Bernardino Avila



m2

SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PÁGINA/12.
SABADO 22 DE ABRIL DE 2006.
AÑO 8. Nº 374.

objetivos

Un diálogo con Alex Blanch, catalán afincado en Chile, jurado en el premio de diseño Index y un emperrado en que la creatividad mejore la vida de la gente.





Alex Blanch, profesor y jurado en el concurso Index que premió dise... regiones africanas. Otros son un auto realmente económico, un carrito...

Por el impac...

El catalán Alex Blanch es...
latina. Basado en la escue...
uno de los premios más ...
cuestión social, hab...

POR LUJAN CAMBARIERE

Alex Blanch tiene 45 años y nació, como dice Serrat, en el Mediterráneo. A veinte metros del mar, en un pueblo que supo ser de pescadores –el Masnou– en Barcelona. Se dedicó mucho tiempo a la música (es guitarrista) hasta que a los 24 años empezó a estudiar diseño, primero gráfico y luego industrial. Sus primeros pasos los hizo en una oficina técnica que hacía material de seguridad. Productos que diseñó por necesidad y de los que no se enorgullece, como un chaleco antidisturbios del que años después –paradojas de la vida– fue víctima casual.

Por suerte, enseguida pudo pasar a otros encargos más estimulantes y coherentes con su visión del mundo. Mobiliario y utilitarios para el hogar y gráfica de marcas. También fue fundador de la empresa Sound Colours, especializada en diseño de sonido y bandas sonoras. Hasta que en el '90 empieza en la docencia. Un requerimiento de la Escuela de Diseño Elisava de Barcelona, donde se formó, lo inicia. En esto está desde entonces, con una actuación clave en Latinoamérica, formando nuevos profesionales con una visión amplia del asunto, tejiendo redes, tendiendo puentes y ayudándonos a ver nuestro potencial. Con motivo de una invitación a su universidad en Santiago de Chile en uno de los tantos intercambios que genera, **M2** pudo conversar sobre la visión de este catalán que adoptó el sur como lugar en el mundo y desde ahí trabaja en el fortalecimiento de la región y en una concepción del diseño que trascienda la mera forma y vaya por el mayor impacto positivo en las personas.

La docencia

"En el '90 me llaman de Elisaval. Fue una cosa muy curiosa. Primero me llamaron para trabajar en el centro de documentación. Como tenía experiencia en los tres temas que se trataban en la escuela –gráfica, industrial e interiores– me pidieron que hiciera una revisión de las revistas que recibían (unas cien al mes) y que armara una base de datos para noticias estableciendo criterios de clasificación de la información. Sin dudas, uno de los momentos que más he aprendido de diseño fue estando en los talleres, la parte dura, y en ese centro de documentación. En la oficina porque al estar en el backstage te das cuenta de lo difícil que es concebir un producto para que esté en la calle. Eso te da rigor. Te da una visión de la complejidad de la jugada que hace cada vez que tomas una decisión sepas que, por ejemplo, que cambiar un radio de terminación puede significar un problema para muchísima gente y retrasar un proyecto semanas. Esto te hace ser más prudente y respetuoso", señala Blanch.

Al año, el director de Elisaval le propone otra cosa marciana, según él, para alguien tan joven y con poca experiencia en educación, pero que acepta gustoso como desafío, que fue armar el primer posgrado en diseño del Estado español. "Fui demente de decirle que sí", aclara. Aunque mal no le fue, ya que creo un posgrado en identidad corporativa y packaging que funciona al día de hoy con la plana mayor del diseño de Barcelona. Eso le valió involucrarse aún más en la carrera (de la que llegó a ser subdirector). "Después llegan finlandeses de la Universidad de Artes Industriales de Helsinki y me proponen participar de una de las primeras redes de diseño del Erasmus, un programa de cooperación y movilidad en el ámbito de la enseñanza universitaria europea. Así me empiezo a encargar también de las relaciones internacionales", detalla.

Camino a Latinoamérica

En el '96 lo llaman de la Cooperación Española para armar el Primer Posgrado de Diseño en Montevideo, en el Centro de Diseño Industrial que había armado la Cooperación Italiana. Eso lo llevó a viajar a Uruguay seguido y estar más en contacto con la región. "Cuando se terminó el proyecto, los italianos me llaman para una segunda versión del posgrado esta vez abierto al Mercosur", cuenta. Allí conoce a quien es su mujer y mamá de una bellísima beba de un año, Lena, la diseñadora argentina Laura Novik, creadora del Circuito Identidades Latinas y otro referente en América latina en temas de diseño y tendencias. Después llegaría el ofrecimiento de hacerse cargo de la carrera en Chile, que junto a su participación en el premio Index, máximo galardón al diseño de impacto social, definen su perfil.

–¿Qué le atrajo de Latinoamérica?

–Me gustó mucho la gente. Desde un principio me lo pasaba bien. Acá la población en general es muy culta y tiene mucha onda.

–¿Cuál es el desafío que encontró?

–El principal reto en Latinoamérica consiste en conseguir que el medio productivo crea en la innovación. A muchos emprendimientos les parece que este es asunto de otros, sin preguntarse por qué a los que avanzan en la senda de la innovación bien entendida les va bien.

–¿Y cuál es el nuestro como latinos?

–Hacernos valer en el medio productivo. Si bien lo que comentaba antes es cierto, también lo es que el diseñador debe hacer el esfuerzo por hacerse entender en este medio. Diseño implica modelo de negocio, visión estratégica, capacidad de emprendimiento... ¿Sabemos los diseñadores cómo entrar en diálogo sobre estos asuntos?

–¿Con qué problemática se encontró en la universidad en Chile y cómo trabajó en ella?

–El diseño en Chile se encuentra en un momento de expansión con buenas perspectivas. Sin embargo, su rol en la sociedad y el medio productivo local dista mucho de encontrarse en el lugar de Argentina o Brasil. Por este motivo, la universidad tradicional y compleja tiene dificultades para aceptar al diseño como disciplina propia. El trabajo emprendido en estos tres años ha ido en la línea de definir de forma clara el diseño como parte de este mundo. El

Qué es la innovaci...

"Innovación consiste en aplicar inv...
ductos o servicios, posibles de ser lle...
se obvia un punto fundamental: gara...
cios finalmente se hagan accesibles ...
portantes son los frentes asociados a...
asociados a los estudios de mercado...
sirve tener un gran producto nuevo, c...
que nadie desea o necesita, o que no...
mercialización? Al revés, determinad...
incorporado nueva tecnología pero s...
se han convertido en grandes hitos. ...

Educación en diseño

"Para que empresas e instituciones inviertan de forma óptima en diseño es imprescindible que se piense en él desde el momento en que se definen las líneas estratégicas de acción. Es por ello que el diseñador debe estar en condiciones para intervenir en este proceso, aportar sus opiniones y, sobre todo, contribuir a definir a partir de qué visión de futuro se va a conformar la estrategia. Desafortunadamente, los diseñadores casi nunca disponemos de herramientas para actuar de esta forma. Esto se debe principalmente a falencias en nuestra formación. ¿Qué se puede enseñar desde la universidad para evitar esta situación? En primer lugar la formación debe contemplar contenidos que ayuden al diseñador a comprender de la forma más compleja y completa el mundo: los drivers que movilizan el desarrollo de nuestras sociedades, de la economía, del medio ambiente. Para ello es necesario añadir a la formación tradicional contenidos provenientes de las ciencias sociales, las ciencias duras y la economía, entre otras. Los proyectos deben cubrir temas complejos y transversales, que contemplen varias áreas del diseño. La formación especializada tradicional no sirve para plantear enfoques suficientemente complejos."





MADERA NORUEGA & COMPANY
MUEBLES ARTESANALES DE MADERA
Camargo 940 (1414) Cap. Fed.
Tel./Fax: 4855-7161
maderanoruega@fibertel.com.ar
CONSÚLTENOS



Educación en diseño

"Para que empresas e instituciones inviertan de forma óptima en diseño es imprescindible que se piense en él desde el momento en que se definen las líneas estratégicas de acción. Es por ello que el diseñador debe estar en condiciones para intervenir en este proceso, aportar sus opiniones y, sobre todo, contribuir a definir a partir de qué visión de futuro se va a conformar la estrategia. Desafortunadamente, los diseñadores casi nunca disponemos de herramientas para actuar de esta forma. Esto se debe principalmente a falencias en nuestra formación. ¿Qué se puede enseñar desde la universidad para evitar esta situación? En primer lugar la formación debe contemplar contenidos que ayuden al diseñador a comprender de la forma más compleja y completa el mundo: los drivers que movilizan el desarrollo de nuestras sociedades, de la economía, del medio ambiente. Para ello es necesario añadir a la formación tradicional contenidos provenientes de las ciencias sociales, las ciencias duras y la economía, entre otras. Los proyectos deben cubrir temas complejos y transversales, que contemplen varias áreas del diseño. La formación especializada tradicional no sirve para plantear enfoques suficientemente complejos."









Alex Blanch, profesor y jurado en el concurso Index que premió diseños como el Hippo Roller de la tapa, con capacidad de 90 litros para facilitar el acarreo de agua en regiones africanas. Otros son un auto realmente económico, un carrito para bicicletas y el purificador de agua LifeStraw, ganador del Index en la categoría Cuerpo.

Por el impacto social y regional

El catalán Alex Blanch es un referente del diseño que eligió ejercer en América latina. Basado en la escuela de diseño de la PUC chilena, es miembro de Index, uno de los premios más importantes de la disciplina en el mundo. Su eje es la cuestión social, hablando de educación y diseño para mejorar vidas.

POR LUJAN CAMBARIERE

Alex Blanch tiene 45 años y nació, como dice Serrat, en el Mediterráneo. A veinte metros del mar, en un pueblo que supo ser de pescadores –el Masnou– en Barcelona. Se dedicó mucho tiempo a la música (es guitarrista) hasta que a los 24 años empezó a estudiar diseño, primero gráfico y luego industrial. Sus primeros pasos los hizo en una oficina técnica que hacía material de seguridad. Productos que diseñó por necesidad y de los que no se enorgullece, como un chaleco antidisturbios del que años después –paradojas de la vida– fue víctima casual.

Por suerte, enseguida pudo pasar a otros encargos más estimulantes y coherentes con su visión del mundo. Mobiliario y utilitarios para el hogar y gráfica de marcas. También fue fundador de la empresa Sound Colours, especializada en diseño de sonido y bandas sonoras. Hasta que en el '90 empieza en la docencia. Un requerimiento de la Escuela de Diseño Elisava de Barcelona, donde se formó, lo inicia. En esto está desde entonces, con una actuación clave en Latinoamérica, formando nuevos profesionales con una visión amplia del asunto, tejiendo redes, tendiendo puentes y ayudándonos a ver nuestro potencial. Con motivo de una invitación a su universidad en Santiago de Chile en uno de los tantos intercambios que genera, **M2** pudo conversar sobre la visión de este catalán que adoptó el sur como lugar en el mundo y desde ahí trabaja en el fortalecimiento de la región y en una concepción del diseño que trascienda la mera forma y vaya por el mayor impacto positivo en las personas.

La docencia

"En el '90 me llaman de Elisaval. Fue una cosa muy curiosa. Primero me llamaron para trabajar en el centro de documentación. Como tenía experiencia en los tres temas que se trataban en la escuela –gráfica, industrial e interiores– me pidieron que hiciera una revisión de las revistas que recibían (unas cien al mes) y que armara una base de datos para noticias estableciendo criterios de clasificación de la información. Sin dudas, unos de los momentos que más he aprendido de diseño fue estando en los talleres, la parte dura, y en ese centro de documentación. En la oficina porque al estar en el backstage te das cuenta de lo difícil que es concebir un producto para que esté en la calle. Eso te da rigor. Te da una visión de la complejidad de la jugada que hace que cada vez que tomas una decisión sepas que, por ejemplo, que cambiar un radio de terminación puede significar un problema para muchísima gente y retrasar un proyecto semanas. Esto te hace ser más prudente y respetuoso", señala Blanch.

Al año, el director de Elisaval le propone otra cosa marciana, según él, para alguien tan joven y con poca experiencia en educación, pero que acepta gustoso como desafío, que fue armar el primer posgrado en diseño del Estado español. "Fui demente de decirle que sí", aclara. Aunque mal no le fue, ya que creo un posgrado en identidad corporativa y packaging que funciona al día de hoy con la plana mayor del diseño de Barcelona. Eso le valió involucrarse aún más en la carrera (de la que llegó a ser subdirector). "Después llegan finlandeses de la Universidad de Artes Industriales de Helsinki y me proponen participar de una de las primeras redes de diseño del Erasmus, un programa de cooperación y movilidad en el ámbito de la enseñanza universitaria europea. Así me empiezo a encargar también de las relaciones internacionales", detalla.

Camino a Latinoamérica

En el '96 lo llaman de la Cooperación Española para armar el Primer Posgrado de Diseño en Montevideo, en el Centro de Diseño Industrial que había armado la Cooperación Italiana. Eso lo llevó a viajar a Uruguay seguido y estar más en contacto con la región. "Cuando se terminó el proyecto, los italianos me llaman para una segunda versión del posgrado esta vez abierto al Mercosur", cuenta. Allí conoce a quien es su mujer y mamá de una bellísima beba de un año, Lena, la diseñadora argentina Laura Novik, creadora del Circuito Identidades Latinas y otro referente en América latina en temas de diseño y tendencias. Después llegaría el ofrecimiento de hacerse cargo de la carrera en Chile, que junto a su participación en el premio Index, máximo galardón al diseño de impacto social, definen su perfil.

Qué es la innovación

"Innovación consiste en aplicar inventiva al desarrollo de nuevos productos o servicios, posibles de ser llevados a la práctica. Pero a menudo se obvia un punto fundamental: garantizar que estos productos y servicios finalmente se hagan accesibles al público. En este sentido, tan importantes son los frentes asociados a la ciencia y la tecnología, como los asociados a los estudios de mercado y las redes comerciales. ¿De qué sirve tener un gran producto nuevo, que contiene tecnología nueva, pero que nadie desea o necesita, o que no dispone de vías adecuadas de comercialización? Al revés, determinados productos que sólo en parte han incorporado nueva tecnología pero se han basado en una buena visión, se han convertido en grandes hitos. ¿Se acuerdan del walkman?"

–¿Qué le atrajo de Latinoamérica?

–Me gustó mucho la gente. Desde un principio me lo pasaba bien. Acá la población en general es muy culta y tiene mucha onda.

–¿Cuál es el desafío que encontró?

–El principal reto en Latinoamérica consiste en conseguir que el medio productivo crea en la innovación. A muchos emprendimientos les parece que este es asunto de otros, sin preguntarse por qué a los que avanzan en la senda de la innovación bien entendida les va bien.

–¿Y cuál es el nuestro como latinos?

–Hacernos valer en el medio productivo. Si bien lo que comentaba antes es cierto, también lo es que el diseñador debe hacer el esfuerzo por hacerse entender en este medio. Diseño implica modelo de negocio, visión estratégica, capacidad de emprendimiento... ¿Sabemos los diseñadores cómo entrar en diálogo sobre estos asuntos?

–¿Con qué problemática se encontró en la universidad en Chile y cómo trabajó en ella?

–El diseño en Chile se encuentra en un momento de expansión con buenas perspectivas. Sin embargo, su rol en la sociedad y el medio productivo local dista mucho de encontrarse en el lugar de Argentina o Brasil. Por este motivo, la universidad tradicional y compleja tiene dificultades para aceptar al diseño como disciplina propia. El trabajo emprendido en estos tres años ha ido en la línea de definir de forma clara el diseño como parte de este mundo. El principal resorte ha consistido en incluir en la nueva carrera que hemos puesto en marcha conocimientos de disciplinas universitarias consolidadas: psicología, matemáticas, teoría de la comunicación, economía. En cualquier caso es muy difícil cambiar la visión del diseño que se tiene desde otras disciplinas más consolidadas.

–¿Sus virtudes?

–Creo que tengo como una habilidad para convencer a la gente de hacer cosas. Que no es mucho pero te sirve para arrancar las cosas. Y la de enseñar.

–¿Cuáles son sus preocupaciones en cuanto al diseño?

–El viraje ha sido siempre y cada vez más hacia el impacto que tienen las cosas que hacemos sobre la gente. Más que la cosa en sí, lo importante está en el impacto.

–¿Existe una definición que más le guste del diseño?

–La verdad no, pero si hay algo que define al diseño es el acto de proyectar que es mirar hacia el futuro. Qué futuro quieres o te piden y articular el camino para llegar ahí.

–¿Qué diseño le gusta?

–A mí el diseño que me gusta es aquel con el que con el mínimo esfuerzo consigues el máximo impacto. La mínima intervención, máximo impacto. Y eso por la vía que quieras. Como dice Enzo Mari, "tener ideas es fácil, lo que es difícil es conseguir un producto bueno y el proceso consiste en sacarle lo superfluo". Mínima energía, material, esfuerzo.

–¿Como los del Index?

–Del Index me llaman en 2002 estando en Barcelona para formar parte del comité ejecutivo y del jurado. Me contactan dos mujeres increíbles –Kigge Hvid y Wickie Meier– sin experiencia en diseño pero con una capacidad de gestión impresionante, que lograron que fuera el evento de diseño internacional más importante del año pasado. Fue de esas relaciones que se dan fluidamente, las más lindas, y con una meta única: premiar diseños que mejoren la vida de las personas. Aquellos proyectos con máximo impacto en la vida de la gente. Lo más interesante fue ver cómo esta idea es compartida por mucha gente en el mundo y no marginales sino profesionales del mainstream. Una visión por una manera de hacer en el diseño que no pasa por la forma, sino por la consideración del impacto. Y lo interesante también es ver cómo, lo que hasta la fecha se entendía como ética en el diseño, por aquello de mejorar la vida de la gente, y que ha tomado las mil y una formas, hoy se puede formular como un estrategia de negocio.

–¿Cuáles son los proyectos que más destaca?

–Me encantaron el Lifestraw, por lo simple, barato y lo contundente del impacto que puede tener. Ese diseño que casi no se ve y cambia radicalmente la vida de la gente. El Softwall, esa pared desarmable de 3 x 7 metros que se pliega hasta convertirse en una carpeta. El Airman que provoca que los adultos se permitan jugar como los niños. Todos tienen en común que la forma es secundaria. Lo central es el impacto que persiguen.

–Otra curiosidad, ¿por qué en sus conferencias cita temas de biología o física?

–Primero porque me gustan. A mí me gusta mucho leer sobre aquellas cosas que tienen que ver con la materialidad pero que no se ven. Lo que pasa con las súper grandes escalas o las súper micro escalas que son tan chicas que no las podemos ver. Esa línea de lecturas que pasan por complementar la noción que tenemos de la realidad física y entenderla desde una complejidad mayor de la que te da la vista o los sentidos. La física, la neurobiología. Me interesa entender cómo opera el cerebro. De hecho empecé a meterme en esto pensando en diseño de interfase multimedia. Para entender problemas complejos tenés que saber de todo. Tan importante como diseñar es leer e investigar.

–En esto de que el proyecto es futuro: ¿dónde ve el nuestro?

–Donde no le veo futuro, o poco, es en el diseño de siempre: productos bonitos y que marcan distinción. Donde sí veo un gran futuro es en el diseño que genera nuevas visiones del mundo y que sabe detectar las grandes oportunidades para influir en la gente y el medio. Esto tiene que ver mucho con la capacidad de conectar con los drivers globales y saber generar en la gente experiencias que mejoren sus vidas. Index me interesó mucho desde un principio, porque propone esto al mundo. Pero no son los únicos. Vean qué están haciendo los jóvenes diseñadores de Barcelona, lo que ha hecho Droog Design, cómo se plantean el diseño en The Idea Factory ■

* *Alex Blanch:* alexblanch@yahoo.es
Index: www.index2005.dk

Desarrollar visiones

"Existe un tipo de diseñador que no desarrolla productos sino visiones. Es el diseñador estratega, del que en Latinoamérica existen muy pocos. Muy pocas carreras enfocan su formación hacia este perfil y menos empresas lo demandan. Los diseñadores decimos: ¡es que las empresas no nos entienden! Pero lo cierto es que muchas no sabemos cómo ofrecerles este servicio."

bibliotecas | escritorios | barras de bar
equipamientos para empresas | muebles de computación
vajilleros | trabajos sobre planos profesionales
MADERA NORUEGA & COMPANY
MUEBLES ARTESANALES DE MADERA
Camargo 940 (1414) Cap. Fed.
Tel./Fax: 4855-7161
maderanoruega@fibertel.com.ar
CONSÚLTENOS

Imaginarios urbanos

POR MATIAS GIGLI

Con un inusual número de ponencias, más de sesenta, se desarrollaron las octavas jornadas sobre Imaginarios Urbanos que dirigió Felito Iglesia junto con Lylian Alburquerque en la FADU y contó con un comité académico compuesto por Miguel Guerín, Alberto Nicolini, Jorge Ramos, Mario Sabugo y Mónica Lacarrieu.

El encuentro giró en torno de las distintas lecturas de la urbe, cómo la vieron o leyeron sus habitantes y cómo se imaginaron su ciudad para llegar desde ahí a la forma de actuar en ella y respecto de ella. Es acerca de esta búsqueda, de estos temas, que con el correr de los años viene girando este encuentro anual multidisciplinario que conecta vectores llegados tanto desde la arquitectura, la literatura y la sociología.

En primer lugar y en el marco de conferencias hablaron Rafael Iglesia sobre "Modelos imaginarios" y Mario Sabugo sobre "incursiones en las fuentes teóricas de los imaginarios urbanos. Imaginario rico-imaginario pobre". Además se habló de "Identidad cultural y entorno urbano", a cargo de Alberto de Paula, de "La ventana: un dispositivo para la producción imaginaria" por Roberto Doberti y Liliana Giordano, "Imaginería comercial e imaginario urbano en el espacio público de la primera revolución industrial (París 1830-1900)" por Miguel Guerín, y "Nuevas imágenes, nuevos imaginarios urbanos. Cuando todo lo sólido (parece) desvanecerse en el aire, emergen los espacios y tiempos de la celebración" por Mónica Lacarrieu.

Las ponencias, con una diversidad notable de temas, parten de lugares como "Conformando imaginarios en un espacio social periurbano", por María Angela Aguilar; "Puentes sobre el Riachuelo", por Alberto Boselli y Graciela Raponi; "Mendoza de acequias y vino" de Franco Marchonni; "Sexualizando Buenos Aires", por Nicolás Pinkus; "La Sinagoga: una mirada sobre su imaginario urbano", por Sara Vaisman, entre la gran variedad de presentaciones. Fue notable la presencia de extranjeros en el encuentro, en particular brasileños.









eños como el Hippo Roller de la tapa, con capacidad de 90 litros para facilitar el acarreo de agua en o para bicicletas y el purificador de agua LifeStraw, ganador del Index en la categoría Cuerpo.

to social y regional

s un referente del diseño que eligió ejercer en América ela de diseño de la PUC chilena, es miembro de Index, importantes de la disciplina en el mundo. Su eje es la blando de educación y diseño para mejorar vidas.

ón

entiva al desarrollo de nuevos pro- evados a la práctica. Pero a menudo ntizar que estos productos y servi- al público. En este sentido, tan im- a la ciencia y la tecnología, como los y las redes comerciales. ¿De qué que contiene tecnología nueva, pero o dispone de vías adecuadas de co- os productos que sólo en parte han e han basado en una buena visión, ¿Se acuerdan del walkman?"

principal resorte ha consistido en incluir en la nueva carrera que hemos puesto en marcha conocimientos de disciplinas universitarias consolidadas: psicología, matemáticas, teoría de la comunicación, economía. En cualquier caso es muy difícil cambiar la visión del diseño que se tiene desde otras disciplinas más consolidadas.

–¿Sus virtudes?

–Creo que tengo como una habilidad para convencer a la gente de hacer cosas. Que no es mucho pero te sirve para arrancar las cosas. Y la de enseñar.

–¿Cuáles son sus preocupaciones en cuanto al diseño?

–El viraje ha sido siempre y cada vez más hacia el impacto que tienen las cosas que hacemos sobre la gente. Más que la cosa en sí, lo importante está en el impacto.

–¿Existe una definición que más le guste del diseño?

–La verdad no, pero si hay algo que define al diseño es el acto de proyectar que es mirar hacia el futuro. Qué futuro quieres o te piden y articular el camino para llegar ahí.

–¿Qué diseño le gusta?

–A mí el diseño que me gusta es aquel con el que con el mínimo esfuerzo consigues el máximo impacto. La mínima intervención, máximo impacto. Y eso por la vía que quieras. Como dice Enzo Mari, "tener ideas es fácil, lo que es difícil es conseguir un producto bueno y el proceso consiste en sacarle lo superfluo". Mínima energía, material, esfuerzo.

–¿Como los del Index?

–Del Index me llaman en 2002 estando en Barcelona para formar parte del comité ejecutivo y del jurado. Me contactan dos mujeres increíbles –Kigge Hvid y Wickie Meier– sin experiencia en diseño pero con una capacidad de gestión impresionante, que lograron que fuera el evento de diseño internacional más importante del año pasado. Fue de esas relaciones que se dan fluidamente, las más lindas, y con una meta única: premiar diseños que mejoren la vida de las personas. Aquellos proyectos con máximo impacto en la vida de la gente. Lo más interesante fue ver cómo esta idea es compartida por mucha gente en el mundo y no marginales sino profesionales del mainstream. Una visión por una manera de hacer en el diseño que no pasa por la forma, sino por la consideración del impacto. Y lo interesante también es ver cómo, lo que hasta la fecha se entendía como ética en el diseño, por aquello de mejorar la vida de la gente, y que ha tomado las mil y una formas, hoy se puede formular como un estrategia de negocio.

–¿Cuáles son los proyectos que más destaca?

–Me encantaron el Lifestraw, por lo simple, barato y lo contundente del impacto que puede tener. Ese diseño que casi no se ve y cambia radicalmente la vida de la gente. El Softwall, esa pared desarmable de 3 x 7 metros que se pliega hasta convertirse en una carpeta. El Airman que provoca que los adultos se permitan jugar como los niños. Todos tienen en común que la forma es secundaria. Lo central es el impacto que persiguen.

–Otra curiosidad, ¿por qué en sus conferencias cita temas de biología o física?

–Primero porque me gustan. A mí me gusta mucho leer sobre aquellas cosas que tienen que ver con la materialidad pero que no se ven. Lo que pasa con las súper grandes escalas o las súper micro escalas que son tan chicas que no las podemos ver. Esa línea de lecturas que pasan por complementar la noción que tenemos de la realidad física y entenderla desde una complejidad mayor de la que te da la vista o los sentidos. La física, la neurobiología. Me interesa entender cómo opera el cerebro. De hecho empecé a meterme en esto pensando en diseño de interfase multimedia. Para entender problemas complejos tenés que saber de todo. Tan importante como diseñar es leer e investigar.

–En esto de que el proyecto es futuro: ¿dónde ve el nuestro?

–Donde no le veo futuro, o poco, es en el diseño de siempre: productos bonitos y que marcan distinción. Donde sí veo un gran futuro es en el diseño que genera nuevas visiones del mundo y que sabe detectar las grandes oportunidades para influir en la gente y el medio. Esto tiene que ver mucho con la capacidad de conectar con los drivers globales y saber generar en la gente experiencias que mejoren sus vidas. Index me interesó mucho desde un principio, porque propone esto al mundo. Pero no son los únicos. Vean qué están haciendo los jóvenes diseñadores de Barcelona, lo que ha hecho Droog Design, cómo se plantean el diseño en The Idea Factory ■

* *Alex Blanch:* alexblanch@yahoo.es
Index: www.index2005.dk

Desarrollar visiones

"Existe un tipo de diseñador que no desarrolla productos sino visiones. Es el diseñador estratega, del que en Latinoamérica existen muy pocos. Muy pocas carreras enfocan su formación hacia este perfil y menos empresas lo demandan. Los diseñadores decimos: ¡es que las empresas no nos entienden! Pero lo cierto es que muchas no sabemos cómo ofrecerles este servicio."

Imaginarios urbanos

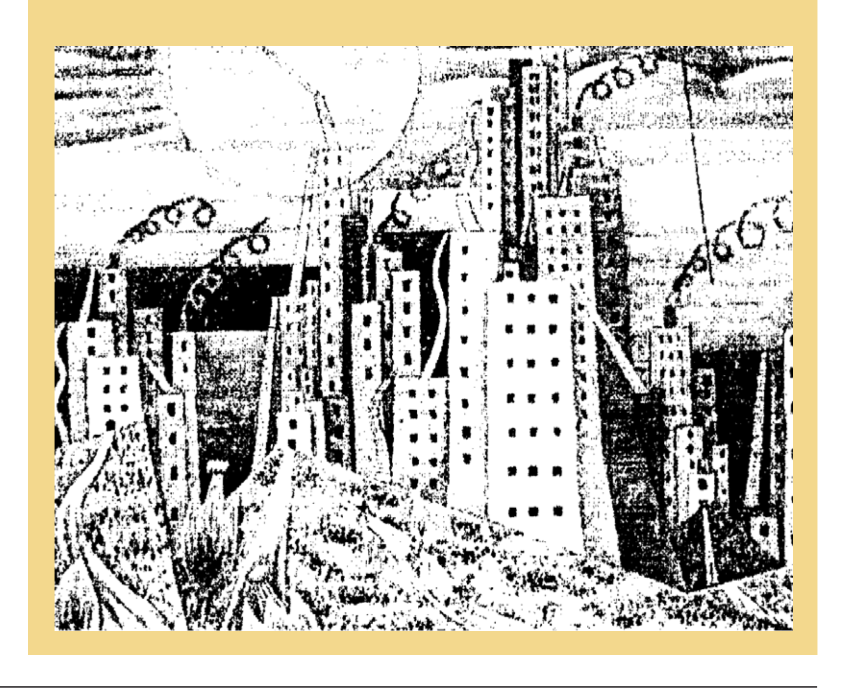
POR MATIAS GIGLI

Con un inusual número de ponencias, más de sesenta, se desarrollaron las octavas jornadas sobre Imaginarios Urbanos que dirigió Felito Iglesia junto con Lylian Alburquerque en la FADU y contó con un comité académico compuesto por Miguel Guerín, Alberto Nicolini, Jorge Ramos, Mario Sabugo y Mónica Lacarrieu.

El encuentro giró en torno de las distintas lecturas de la urbe, cómo la vieron o leyeron sus habitantes y cómo se imaginaron su ciudad para llegar desde ahí a la forma de actuar en ella y respecto de ella. Es acerca de esta búsqueda, de estos temas, que con el correr de los años viene girando este encuentro anual multidisciplinario que conecta vectores llegados tanto desde la arquitectura, la literatura y la sociología.

En primer lugar y en el marco de conferencias hablaron Rafael Iglesia sobre "Modelos imaginarios" y Mario Sabugo sobre "incursiones en las fuentes teóricas de los imaginarios urbanos. Imaginario rico-imaginario pobre". Además se habló de "Identidad cultural y entorno urbano", a cargo de Alberto de Paula, de "La ventana: un dispositivo para la producción imaginaria" por Roberto Doberti y Liliana Giordano, "Imaginería comercial e imaginario urbano en el espacio público de la primera revolución industrial (París 1830-1900)" por Miguel Guerín, y "Nuevas imágenes, nuevos imaginarios urbanos. Cuando todo lo sólido (parece) desvanecerse en el aire, emergen los espacios y tiempos de la celebración" por Mónica Lacarrieu.

Las ponencias, con una diversidad notable de temas, parten de lugares como "Conformando imaginarios en un espacio social periurbano", por María Angela Aguilar; "Puentes sobre el Riachuelo", por Alberto Boselli y Graciela Raponi; "Mendoza de acequias y vino" de Franco Marchonni; "Sexualizando Buenos Aires", por Nicolás Pinkus; "La Sinagoga: una mirada sobre su imaginario urbano", por Sara Vaisman, entre la gran variedad de presentaciones. Fue notable la presencia de extranjeros en el encuentro, en particular brasileños.





Sinagogas
Acaba de inaugurarse en el Marq la muestra "En un espíritu nuevo: sinagogas de Alfred Jacoby", que toca una historia interesante. Se trata de la reinvención de la comunidad judía en Alemania, que de 600.000 miembros pasó a 10.000 debido a Hitler y el Holocausto. La exhibición muestra el aspecto constructivo del renacer comunitario, con la creación de nuevas sinagogas para reemplazar las vandalizadas por los nazis y las destruidas en los bombardeos, con centro en las muchas diseñadas por Alfred Jacoby, director del Instituto de Arquitectura de Dessau, Bauhaus. En el Museo de Arquitectura, Libertador 999.

Emprendimientos
La Escuela de Economía y Administración de Empresas y el Centro de Estudios en Negocios de Arquitectura y Construcción abrieron la inscripción para su curso de desarrollo de nuevos emprendimientos inmobiliarios, que comienza el 8 de mayo y está dirigido a todos los profesionales y empresarios del sector. La última charla informativa es el 2 de mayo a las 19 en Uriarte 2472. Informes: 4858-0909, de 15 a 19. Email: *info@nayc.com.ar.*

Jornadas cordobesas
El 18 y 19 de mayo se realiza en Córdoba la cuarta Jornada Nacional de Diseño, con el tema Generar valor: clave para fortalecer la industria. La idea de la jornada es reunir profesionales, empresarios y actores oficiales en debate sobre diseño con una clara orientación productiva. La sede es el Pabellón Argentina en la avenida Haya de la Torre; la actividad es sin cargo. Informes e inscripción en *www.industria.gov.ar* o en *disenio@mecon.gov.ar*

Cursos y concursos
El 3 y el 4 de mayo el ICOM realiza el seminario sobre iluminación museográfica en Sarmiento 364. Informes al 4342-6758. Hasta el 22 de mayo se pueden enviar, por medio de la SCA, trabajos sobre documentación, conservación y análisis de edificios para el primer seminario Docomomo Sur en Porto Alegre, que se realiza el 28 de agosto. Hasta el 31 de mayo se pueden presentar proyectos para la bienal internacional del Cartel 2006 de México, que incluye un concurso internacional cuyas bases se pueden consultar en *www.bienalcartel.org.mx.* El último día de junio vence la recepción de obras para el concurso Dattatec 2006 para webmasters y diseñadores de red, con bases *en www.dattatec.com.*



Fotos Daniel Jayo



La elegante cama góndola, un rincón del dormitorio y abajo, el notable mueble personal, una de las piezas notables del Museo. El mobiliario y los accesorios son todos originales y forman parte de la colección propia, por fin con espacio de muestra.

El Imperio

La nueva sala del Museo de Arte Decorativo es un impactante dormitorio que reúne mobiliario y objetos en estilo napoleónico. Y también un ejemplo de restauración de piezas y de ambientación.

POR SERGIO KIERNAN

El niño Matías tenía gustos más que particulares. Al cumplir los 18, los padres le ofrecieron como regalo un auto de los mejores. El adolescente dijo que no. Prefería que le regalaran una redecoración del "living" de su suite de ambientes privados en la residencia familiar. A nadie le debe haber extrañado, porque Matías era un Errázuriz Albear, un clan de preclaros coleccionistas que le cumplió en gran estilo: su sala privada es un delicioso proyecto de José María Sert, una fantasía orientalista y de lujo creada a mano por este español amiguísimo de Coco Chanel.

La saleta era el único ambiente contemporáneo en el palacio Errázuriz y sigue siéndolo en el Museo Nacional de Arte Decorativo que funciona allí desde hace casi setenta años. La Sala Sert, restaurada y tan espectacular como cuando se estrenó, funciona ahora de entrada al más flamante emprendimiento del museo, la Sala Imperio, un dormitorio creado donde era el dormitorio de Matías (que era en otro estilo y cuyos muebles se llevó al mudarse). El ámbito es impecable, una reconstrucción que desbarra buen gusto y levanta el ánimo por su rigor y belleza.

Este dormitorio es parte del trabajo que viene realizando el museo en su primer piso, creando nuevos espacios y exhibiendo piezas de su enorme colección. Gracias al entusiasmo y donaciones de varios anticuarios y amigos del museo se pudo restaurar el equipamiento del dormitorio Imperio y crear su ámbito. Esta sala se integra con gracia a la secuencia didáctica de estilos que busca crear el museo, que tiene un claro sentido educativo.

El joven Matías tenía una suerte de departamento en el primer piso del palacio familiar, al que se entraba por el living creado por Sert. Una puerta daba acceso a un pasillo distribuidor con un gran baño, casi intacto hoy en día, closets diversos, un patio interno y el dormitorio. Por muchos años, ese ambiente funcionó como escritorio del director del museo y hoy vuelve a ser sala de exhibición.

Es un ambiente alegre y leve, con muros tapizados de raso amarillo. Lo central en un dormitorio es por supuesto la cama, y la que se exhibe es una góndola de maderas nobles y oros, con un importante dosel. A su lado hay una pequeña mesa de noche, enfrente un escritorio ministro lleno de cajones y con un notable tintero fabricado con balas de cañón, y alrededor notables cómodas y sillas y sillón firmados por Jacob, el más notable ebanista de la época. Estas piezas y los muchos candelabros, sconces y araña son todas piezas originales del período Directorio-Imperio-Restauración, que pese a las etiquetas mantuvo una notable identidad.

Vale la pena demorarse viendo los detalles. Por ejemplo, un notable vaso ornamental ruso de porcelana o la impactante mesa guéridon de fuertes oros y tapa de mosaico en miniatura con escena mitológica y guarda astrológica. O el bellísimo reloj en la mesa de noche, los morillos con esfinges que custodian la chimenea y la delicada acuarela de Hubert Robert de 1773 cercana al escritorio. Ciertamente, la pieza más deliciosa es el mueble de coiffeur ubicado, con perfecto tino, entre la cama y el baño, de maderas finísimas y un verdadero ingenio mecánico de cajones ocultos y paños rebatibles.

Todos estos objetos y varios que ornan el pasillo son donaciones acumuladas por años y años en el museo, que no tenían donde exhibirse de forma coherente. El MNAD espera la mudanza anunciada del Museo de Arte Oriental, que toma buena parte del primer piso, para avanzar con sus salas nuevas. Esta vale una visita por ser un baño de estética, un arca de diseño y un excelente trabajo de restauración ■

El Museo Nacional de Arte Decorativo está en Libertador y Pereyra Lucena, frente al ACA, y abre todos los días menos los lunes.



Recorridos al sur

El ahora Ministerio de Cultura porteño presentó ayer su programa de recorridos culturales y patrimoniales por los barrios, este año con privilegio para la zona sur. Estos recorridos, se recordará, privilegian y destacan edificios con historia y valor emblemático en los barrios, buscando imponer la idea de que toda la ciudad tiene sus valores patrimoniales. Este mes y el próximo, los lugares destacados serán Barracas, La Boca, San Cristóbal, Balvanera, Parque Patricios y Nueva Pompeya, con visitas y recorridos a lugares como la vieja fábrica Vasena, la mezquita Al Ahmad, la logia masónica Hijos del Trabajo, el santuario de los Emigrantes, Santa Felicitas y la iglesia ortodoxa griega.